NOTE DE CONJONCTURE

JUIN 2015

Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Ministère du Tourisme

Août 2015

Québec

La météo, le trouble-fête

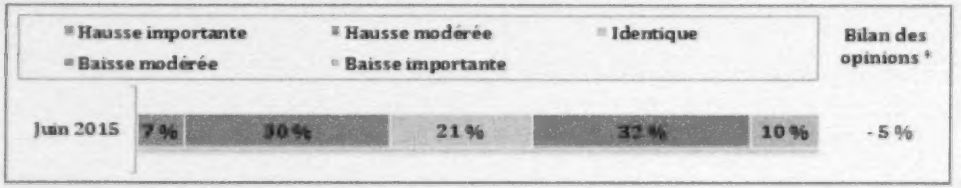
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois de juin 2015 est produite à partir d'un sondage par Internet mené, entre le 3 et le 10 juillet 2015, auprès d'un panel de 552 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec parmi lesquels 175 ont répondu au questionnaire.

Parmi les commentaires formulés, on retient notamment ceux-ci :

- Ce mois-ci, la météo n'a pas été favorable au tourisme.
- Le début des activités estivales proposées par l'entreprise a dû être retardé en raison de l'indisponibilité des étudiants dont certains ont dû prolonger leur session de l'hiver 2015.

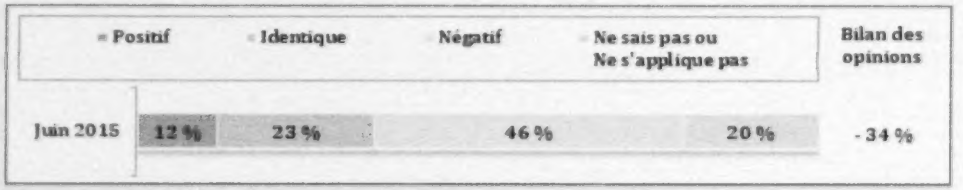
ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont constaté une baisse à peine significative de leur achalandage par rapport à celui de l'an dernier pour la même période.



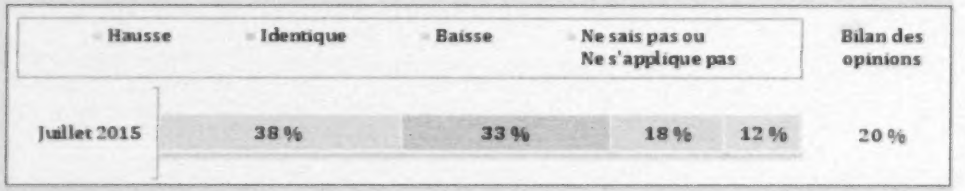
CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les conditions météorologiques observées pour cette période n'ont pas été jugées favorables par l'industrie touristique. Il ressort nettement du bilan des opinions que la météo est le principal facteur responsable de la baisse de l'achalandage observée par rapport à l'an dernier.



PERSPECTIVE POUR LE PROCHAIN MOIS

Pour le mois de juillet 2015, l'industrie touristique s'attend à ce que l'achalandage soit de loin supérieur à ce qui a été observé l'an dernier pour la même période.

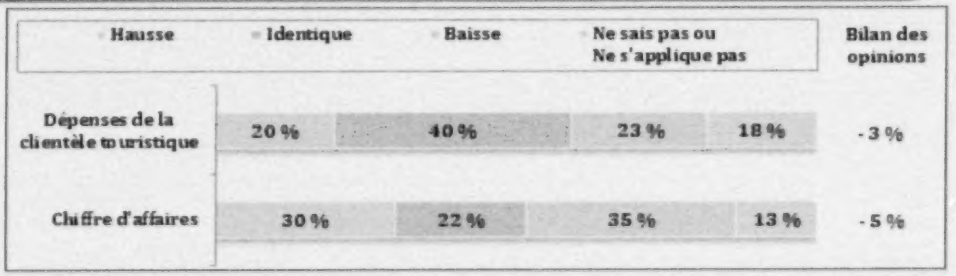


Note méthodologique pour l'ensemble des graphiques : en raison de l'arrondissement de certaines données, le total ne correspond pas nécessairement à la somme des parties.

* Le bilan des opinions est la différence, en pourcentage, entre les personnes qui indiquent que l'achalandage touristique est en hausse et celles pour qui il est en baisse. Le bilan des opinions doit être supérieur à ± 5 % pour être pris en considération.

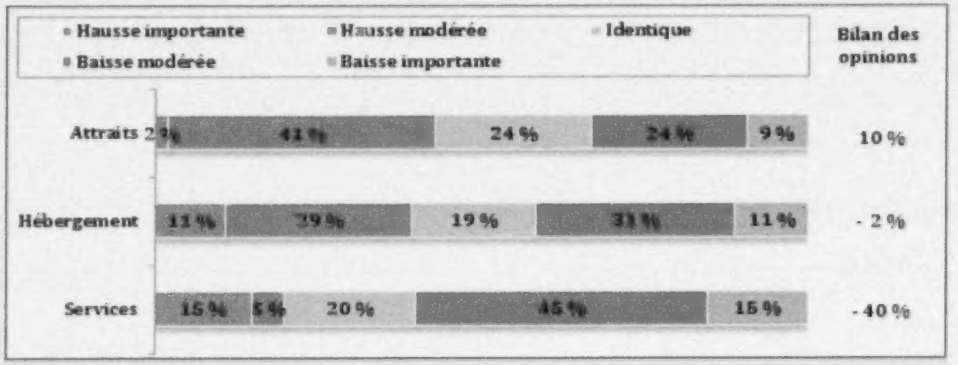
DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme ont estimé que les dépenses de la clientèle touristique ont été, somme toute, du même niveau que celui observé l'an dernier. Leur chiffre d'affaires aurait quant à lui subi un léger recul.



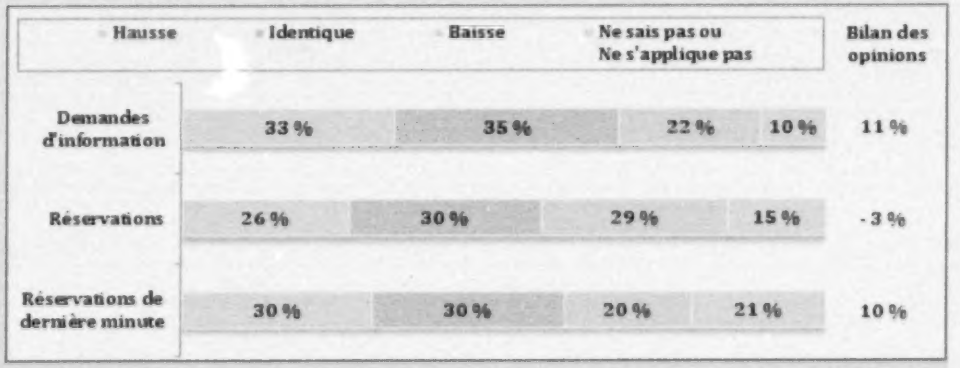
TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Les attraits ont connu un bon achalandage pendant cette période, ce qui n'est pas le cas des services où le recul a été important.



TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

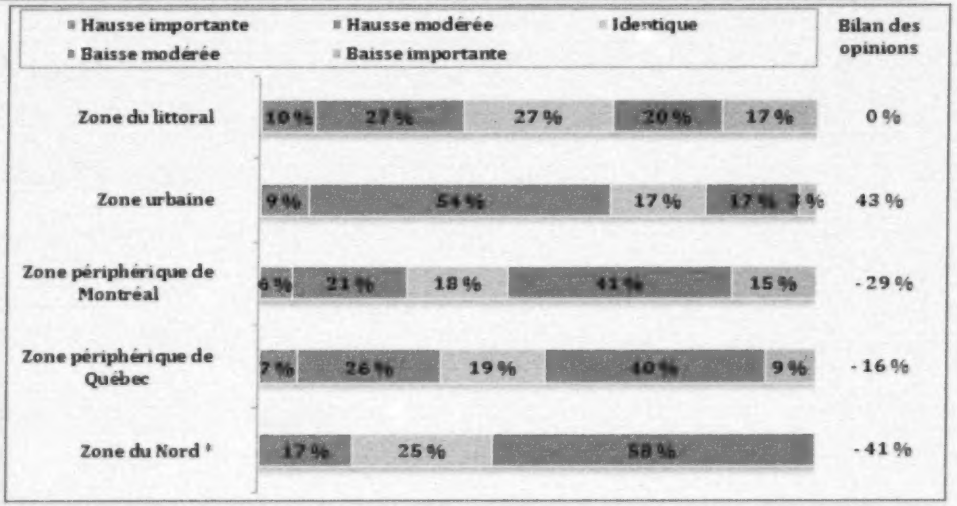
Pour le mois de juin 2015, le nombre de demandes d'information et de réservations de dernière minute a été supérieur à celui constaté l'an dernier pour la même période.



TENDANCE PAR ZONE
(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

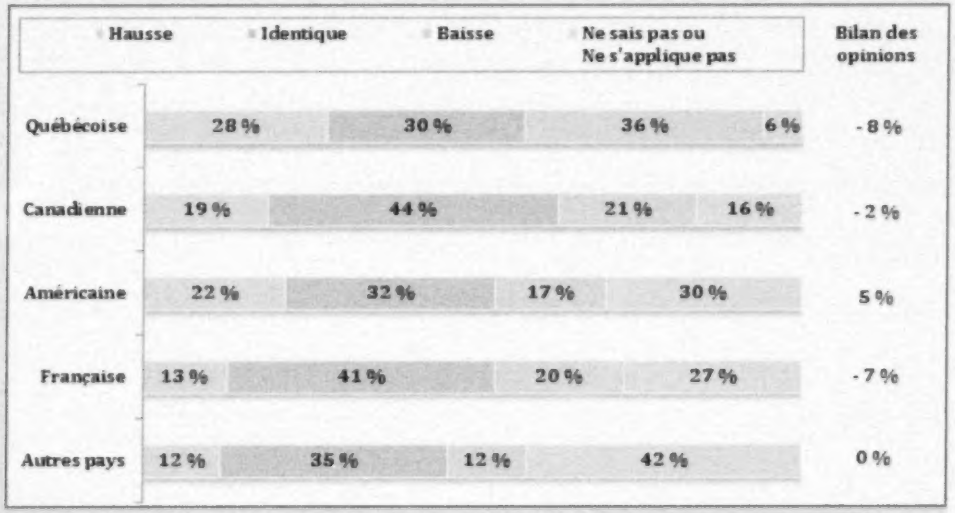
La zone urbaine a observé un très bon achalandage par rapport à l'an dernier. La zone périphérique de Montréal et, dans une moindre mesure, la zone périphérique de Québec ont constaté une baisse importante de leur achalandage. Par ailleurs, l'achalandage dans la zone du littoral a été similaire à celui observé l'an dernier.

Zone du littoral : Îles-de-la-Madeleine, Gaspésie, Bas-Saint-Laurent, Manicouagan et Duplessis
Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est
Zone périphérique de Québec : Centre-du-Québec, Mauricie, Chaudière-Appalaches, Saguenay–Lac-Saint-Jean et Charlevoix
Zone du Nord : Baie-James, Eeyou Istchee, Nunavik et Abitibi-Témiscamingue



TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

La présence des clientèles québécoise et française a été jugée en léger recul tandis que les résultats observés selon l'origine des autres clientèles ont été similaires à ceux de l'an dernier.



* En raison de la faible taille de l'échantillon, ces données sont fournies à titre indicatif seulement.

PESPECTIVE ÉCONOMIQUE

La question « **Projetez-vous d'utiliser au cours de la prochaine année les leviers financiers mis en place par le gouvernement du Québec et destinés au développement de l'industrie touristique?** » a été posée aux répondants. Voici les résultats :

La majorité des entrepreneurs et des professionnels du tourisme connaissent les programmes d'aide gouvernementaux accessibles à l'industrie touristique, mais bien peu en profitent.

Programme	**Oui**	**Non**	**Ne connais pas**	**Ne sais pas**
Programme d'appui au développement des attraits touristiques	6 %	54 %	16 %	23 %
Fonds Tourisme PME	4 %	57 %	16 %	23 %
Crédit d'impôt remboursable favorisant la modernisation de l'offre d'hébergement touristique	10 %	59 %	12 %	19 %
Programme stratégie maritime—volet tourisme	9 %	64 %	12 %	15 %
Programme d'aide au développement touristique au nord du 49e parallèle	2 %	70 %	14 %	13 %
Programme d'aide à la stratégie des croisières	5 %	70 %	14 %	12 %

Le ministère du Tourisme réalise ce sondage d'opinion au moyen d'Internet, sur une base mensuelle au cours de la haute saison touristique et sur une base bimestrielle en basse saison. Les résultats présentés ici constituent un baromètre d'opinions. Ils ne peuvent en aucun cas se substituer aux analyses quantitatives et qualitatives effectuées à partir de données officielles.